

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**NAMIRA NURMEIDIANA**

**8135152167**



**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan  
mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2019**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT DESIGN ON  
PURCHASE DECISION OF VANS SHOES IN FACULTY OF ECONOMICS  
STUDENT IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**NAMIRA NURMEIDIANA**

**8135152167**



***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

**Namira Nurmeidiana, Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juli 2019. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi di universitas negeri jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 152 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 19,041 + 0,299 X_1 + 0,338 X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y, X<sub>1</sub>, dan X<sub>2</sub> bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X<sub>1</sub> dan Y atas X<sub>2</sub> menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $9,788 > 3,061$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X<sub>1</sub>  $t_{hitung} = 3,062$  dan  $t_{tabel} = 1,655$ , Y atas X<sub>2</sub>  $t_{hitung} = 2,316$  dan  $t_{tabel} = 1,658$ . Nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek (X<sub>1</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,290 dan nilai koefisien korelasi antara variabel desain produk (X<sub>2</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,246. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> yang diperoleh sebesar 0,116 yang menunjukkan bahwa 11,6% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh citra merek dan desain produk. Sementara itu, sisanya 88,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci: Citra Merek, Desain Produk, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**Namira Nurmeidiana, The Influence of Brand Image and Product Design on Purchase Decision of Vans Shoes in Faculty of Economics Student, State University of Jakarta.**

*This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from February to July 2019. The purpose of this study is to determine the influence between brand image and product design on the decision to purchase Vans Shoes in Faculty of Economic Student, State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 152 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 19,041 + 0,299 X_1 + 0,338 X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on  $X_1$  with Kolmogorov-Smimov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 estimates significance of Y,  $X_1$ , and  $X_2$  equal to 0,200. Because the significance level is  $> 0.05$  it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on  $X_1$  and Y on  $X_2$  yields a significance value on Linearity, that is  $0,000 < 0.05$ , so it is concluded that it has a linear influence. Hypothesis testing from the significance regression Y on  $X_1$  and  $X_2$  produces  $F_{count} > F_{table}$  which  $9,788 > 3,061$ , meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 3,062$  and  $t_{table} = 1,655$  and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 2,316$  and  $t_{table} = 1,658$ . The value of correlation coefficient between variable of brand image ( $X_1$ ) to purchase decision (Y) equal to 0,290 and value of correlation coefficient between variable of product design ( $X_2$ ) to purchase decision (Y) equal to 0,246. Thus, there is a positive and significant influence between brand image and purchase decision and there is a positive and significant influence between product design and purchase decision. The coefficient of determination Y on  $X_1$  and  $X_2$  obtained by 0,116 indicating that 11,6% variable purchase decision is determined by the brand image and product design. Meanwhile, the remaining 88,4% is influenced by other factors.*

**Keyword:, Brand Image, Product Design, Purchase Decision**

## LEMBAR PENGESAHAN

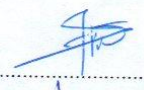
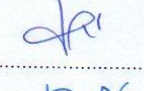
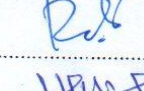
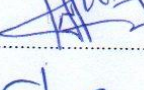
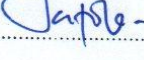
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM.</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		09/08/19
2. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Penguji Ahli		09/08/19
3. <u>Rahmi, SE.M, SM</u> NIP.198305012018032001	Sekretaris		12/08/19
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		09/08/19
5. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Pembimbing II		12/08/19

Tanggal Lulus: 01/08/19

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

  
  
Namira Nurmeidiana  
NIM. 8135152167

## **LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Tidak ada yang tidak mungkin selagi kita percaya dan berusaha”.

- Namira Nurmeidiana-

“Kecantikan yang abadi terletak pada keelokan adab dan ketinggian ilmu seseorang. Bukan terletak pada wajah dan pakainnya”.

-Buya Hamka-

“Tetap sabar, semangat, dan tersenyum. Karena kamu sedang menimba ilmu di Universitas Kehidupan. Allah menaruhmu di tempatmu yang sekarang bukan karena kebetulan”.

-Dahlan Iskan-

Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT. Shalawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad SAW, karena-Nya, saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam bentuk moril ataupun materil selama ini, dan juga untuk kakak saya, keluarga besar saya, teman-teman terdekat saya serta semua orang yang telah mendoakan, mendukung, membantu, dan memberi semangat kepada saya.

Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku dosen pembimbing I yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, waktu, dan tenaga yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, saran, waktu dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah meluangkan waktunya untuk membantu melengkapi penulisan skripsi ini.
4. Dr. Corry Yohana, MM selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, dukungan, bimbingan, serta waktunya selama masa perkuliahan.



5. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Kedua orang tua tercinta, Dang Indra Novalino dan Ambarini Nurani. Kakak tersayang, Nurika Arindi, tante dan om serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun materil.
8. Teman-teman terdekat dan tersayang, Five Harmoneh yang sekaligus teman satu bimbingan, Athifa Rahmadini, Aulia Hanifah, Putri Aulia dan Debby Desanti Putri atas semua bantuan, support dan semangatnya dari awal perkuliahan sampai skripsi ini selesai. Dan juga Mayo Samudro Endropetro yang selalu ada disamping saya untuk mendoakan, memberi semangat serta waktu dan bantuannya selama ini.
9. Seluruh teman-teman Program Studi Pendidikan Bisnis 2015 khususnya kelas B.
10. Seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang ikut andil dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman SMA saya, Anisa Sutiarti dan Syifa Nursulis yang selalu mendukung dan meberikan semangat.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan yang peneliti

miliki. Maka dari itu, peneliti sangat mengharapkan kritik yang membangun dan saran serta masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2019

Namira Nurmeidiana